

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章／內容／資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章／內容／資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

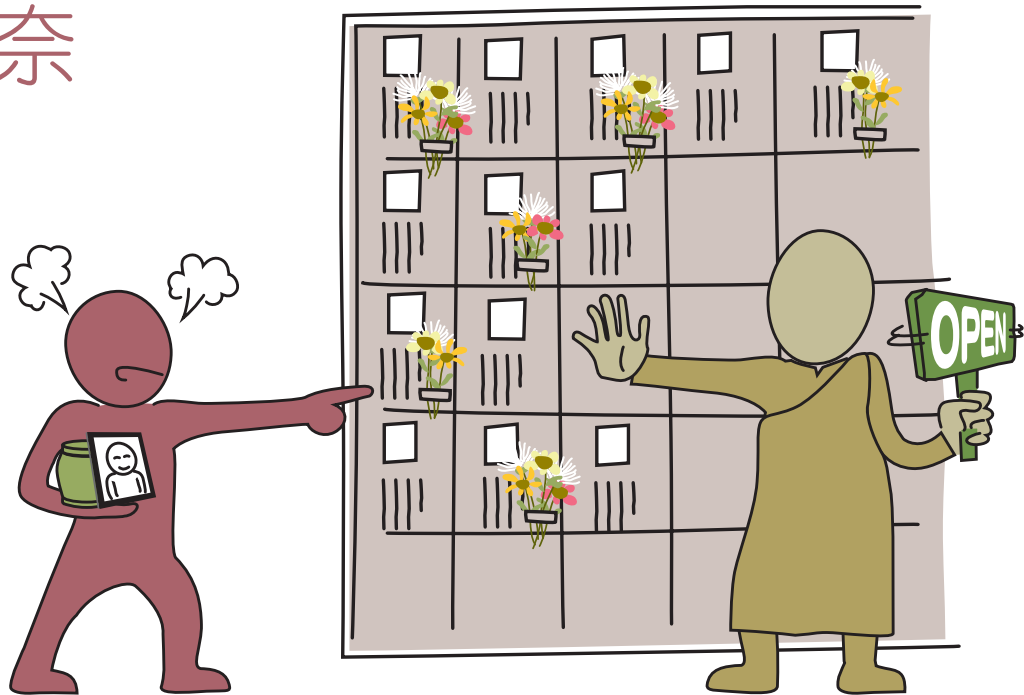
本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員，以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。

辦理「安置龕位」遇紛爭 消費者的無奈

「百行以孝為先」是中國人的傳統觀念，不少孝子賢孫對父母或親人的「身後事」一絲不苟，如過程中遇上阻滯，所引起的不安與失望或難以言喻。本會不時接獲相關的投訴，當中最受關注的是涉及金額較多的骨灰安放爭議，包括購買骨灰龕位的合約訂定過程及拜祭安排等問題。



個案一：禪寺聲稱不接受上位已購龕位何去何從？

羅先生於2009年在A禪寺全數繳付\$45,800為家中長輩預先購買一個位於該處的骨灰龕位。本年初，A禪寺突然發出聲明，澄清A禪寺非政府認可的骨灰龕場所，更聲稱沒有委託第三方出售骨灰龕位，為避免讓違規銷售骨灰龕位的事情繼續發生，決定停止對外開放直至另行通知。羅先生得悉此事後，立即向A禪寺查詢，負責職員表示現時不提供上位服務，善信拜祭亦要提早預約，至於如何處理羅先生所購的骨灰龕位，職員只叫他嘗試與X公司聯絡。羅先生翻查單據，看見單據抬頭除了寫着A禪寺，亦載有X公司名稱，遂與X公司聯絡，可是對方反應冷淡，建議他找A禪寺處理相關事宜。羅先生認為A禪寺與X公司互相推卸責任，感到十分無助，因此前來本會投訴，表示由於A禪寺無法提供服務，要求該禪寺全數退款。

跟進

本會分別與A禪寺及X公司聯絡，代表X公司的職員曾口頭回覆本會，表示《私

營骨灰安置所條例草案》已獲通過，建議羅先生聯絡A禪寺查詢上位事宜。然而，羅先生從A禪寺得到的答覆是牌照尚未獲批，無法落實恢復上位服務的日期，羅先生對此非常擔心。本會其後再次與X公司交涉，惟X公司強調發牌與否非其公司控制，對A禪寺能否提供服務亦不置可否，更拒絕書面回覆本會。由於兩間公司均未能確切回應羅先生的訴求，本會向羅先生提供了消費者訴訟基金的資料，他表示會透過民事途徑追討。

個案二：先人姓名不一致被拒上位

二十年前，張先生的母親於B寺觀買了一個骨灰位，以備百年歸老之用，費用\$8,600，單據寫上其全名。張先生指母親於今年初去世，遂帶同單據前往B寺觀辦理母親的骨灰安放事宜，豈料B寺觀職員以單據上名字與其母親身份證名字不同為理由，拒絕讓他領取骨灰位。張先生指單據上所寫的名字，是自己與家人一直稱呼母親的名字，因讀音相近，他亦一向不以為意，事發後才發覺當中一個字與母親身

份證上所寫的不一致。張先生表示已按律師意見，帶同母親身份證明文件前往民政事務處宣誓，以證明兩個名字均代表其母親，但B寺觀仍然不肯接受，張先生萬分無奈，於是要求本會協助。

跟進

B寺觀負責人曾口頭回覆本會，重申不接受張先生的宣誓證明，卻沒有言明需要哪些文件才可以核實有關身份。本會曾要求B寺觀就如何讓張先生取回骨灰位一事給予正式回覆，惜對方不作回應，本會最終建議張先生考慮諮詢法律意見。

消費者要注意的事項

經過政府及持份者多年努力，《私營骨灰安置所條例》於2017年6月30日正式生效，現時只有獲發牌照的私營骨灰安置所才可售賣或新出租龕位，對於緊接在條例生效前正在營運的私營骨灰龕，條例亦設有一般為9個月的寬限期(由2017年6月30日至2018年3月29日)，但龕場不可以於寬限期內出售或新出租龕位，故此，這段期間骨灰「上位」服務或會受到影響。

上述條例生效後，發牌委員會須顧及公眾利益；及可顧及任何其他相關因素後，方會決定是否批出指明文書（包括牌照、豁免書和暫免法律責任書）予有關龕場。申請牌照的私營骨灰龕必須符合關乎土地及城市規劃、建築物安全、消防安全及環境保護等方面的規定，以及提交管理方案（包括可容納的訪客數量、入場管制交通、交通及公共運輸安排及管理、在掃墓的高峰日子的人手調配等）。因此，即使是符合法定城市規劃規定、土地契約的用途限制及未有非法佔用政府土地之「表一」骨灰龕場，亦只符合部分條件，能否順利獲發牌照仍是未知知數。鑒於發牌委員會於2017年12月30日才開始接受牌照申請，消費者切勿相信於寬限期內發售或代購龕位的聲稱，消費者如打算購買龕位，龕場之牌照是首要考慮因素，獲發牌的龕場名單日後將於食環署的專題網站（www.rpc.gov.hk）公布。

不少骨灰龕位的爭議源於合約訂立過程粗疏，合約關係只憑藉一紙簡單的單據或手寫紀錄，缺乏基本的核對個人資料程序，以致日後因資料不符而產生糾紛。此類簡單合約並無具體訂明雙方權利和責任的條款，更遑論載有營辦商在立約時作出的承諾或保證，發生爭議時消費者缺乏有力憑據，得不到應有的保障。新條例實施後，骨灰龕營辦商必須與買方訂立書面協議，協議內容亦須涵蓋條例訂明的資料、建議及必備條款；本會亦建議消費者仔細瞭解買賣協議中訂明的所有條款，確定是否符合條例所訂的要求，有需要時應諮詢法律意見，保障自身權益。如對《私營骨灰安置所條例》有疑問，可向私營骨灰安置所事務辦事處查詢（24小時熱線電話：3142 2300，由「1823」代為接聽）。

本會謹此促請各骨灰龕營辦商遵從條例訂下的日期及程序辦理有關手續，同時，應與消費者保持溝通，釋除消費者的疑慮。假若龕場因未符合法例要求而未能

安排「上位」，即不能履行合約，理應作出例如退款等適當的處理。

除購買或租用私營龕位外，消費者亦可考慮其他安置骨灰的選擇：

- 於食物環境衛生署轄下11個紀念花園免費撒放先人骨灰
- 使用食環署的免費海上撒灰服務或向食環署申請自行於指定海域撒放先人骨灰

- 在已獲配售的食環署和華人永遠墳場管理委員會的龕位申請加放先人骨灰
- 於私營墳場的骨灰安置所的龕位安放先人骨灰
- 於家中存放先人骨灰（不可多於10個骨灰容器，每個容器只可放置1名先人的骨灰）



祭祀時的環保問題

個案：禁止自攜冥鏹或紙紮祭品

王女士多年來定時攜冥鏹前往C寺堂拜祭親友，惟於去年年初，C寺堂突然發出通告，禁止善信自行攜帶冥鏹或紙紮祭品，化寶爐只可以焚燒由C寺堂出售的紙紮祭品。C寺堂解釋新措施是為有效地控制燃燒祭品時所排放的空氣污染物，避免觸犯《空氣污染管制條例》（第311章）。王女士對此新化寶措施甚為不滿，她認為C寺堂可以就自攜祭品的種類及物料給予提醒，並作出適當監察，而不是強制規定善信購買其寺堂的祭品，藉此另立收費名目，她於是向本會投訴C寺堂做法不合理。

跟進

本會去信瞭解後，C寺堂回覆過往有不少善信自攜含有膠質成分的祭品，有機會導致焚燒時造成氣味或煙霧排放而造成空氣污染或滋擾的情況，寺堂因此必須改造化寶爐的煙囪及有關設備，但亦不能完全改善化寶物造成的污染問題，唯有嚴格控制化寶物料及數量，停止接受外來化寶祭品。C寺堂聲稱實施此措施後，化寶爐排放情況大為改善。

鑒於化寶是中國傳統祭祀重要一環，寺堂亦必須遵從法例規定妥善管理化寶爐的運作，盡量減低排放，以免影響附近居民及環境。環保署鼓勵公眾人士在祭祀時，盡量減少燃燒祭品的數量，與及考慮採取更環保的拜祭方式。環保署澄清強制善信購買寺堂供應的祭品並非唯一減低排放的方法，亦不是法例的要求。本會積極就此與C寺堂協商，希望公司可考慮制訂雙方均接受的可行方案。然而，C寺堂重申改造化寶爐及相關化寶措施是為了避免觸犯法例，沒有其他目的亦並非有意將開支轉嫁善信；同時，亦聲稱不鼓勵他們購買大量其寺堂的紙紮祭品，他們可以考慮採用鮮花、生果及清香拜祭先人，響應環保。

上述個案反映，在遵從規管的同時，龕場營辦者亦須從先人親友的角度多作考慮，於可行情況下，作出彈性配合及提供適切的協助，以及加強溝通，免生誤會。

